

개별 방한객 비중 증가... 면세점 울고, 아울렛·편의점 웃고

관광 트렌드 변화... 유통가 희비
면세점, 영업 축소 등 불황 직면
일반 소매업, 매출 증가 추세



GS25에서 외국인 고객이 환전 키오스크로 외화 환전 서비스를 이용하고 있는 모습 /GS25

외국인 관광객의 여행 트렌드 변화로 국내 유통업계의 명암이 엇갈리고 있다. 과거 단체 관광객 덕에 호황을 누렸던 면세점은 현재 불황에 직면한 반면, 개별 관광객 증가로 아울렛과 편의점 등 일반 소매업의 외국인 매출이 늘고 있다.

6일 유통업계에 따르면, 외국인 개별 관광객(FIT) 증가로 유통업계의 개별 여행 고객 유치 경쟁이 치열해지고 있다. 특히, 편의점과 아울렛 등은 외국인 고객 맞춤 전략을 강화하며 수요 확보에 적극 나섰다.

과거 외국인 관광객은 주로 단체로 방한해 관광사나 여행사를 통해 일정을 소화하는 것이 일반적이었다. 이 과정에서 면세점이 단체 관광객의 주요 쇼핑지로 자리 잡으며 호황을 누렸다.

그러나 최근 외국인 관광객의 여행 형태가 단체에서 개별로 변화하면서, 국내 유통가 판도가 바뀌었다. 가장 큰

호황을 누리만큼 가장 큰 타격을 입은 것도 면세점이었다. 대표적으로 현대면세점은 동대문 지점 폐점을 필두로 시내 면세점 사업 축소를 단행한다. 신세계면세점 역시 지난 1월 부산 센텀시티점을 폐점하면서 면세사업 구조조정에 나섰다. 롯데면세점 역시 명동점, 롯데월드타워점, 부산 서면점, 제주 시티호텔점 등 시내면세점 영업 면적을 줄인 것으로 알려졌다.

면세점 관계자는 "과거 중국인 단체 관광객이 면세점 매출 구조에 중심축이

었다"며 "그러나 관광 추세와 관광객들의 소비행태가 변화하면서 면세업을 둘러싼 환경이 급격하게 달라지고 있다"고 말했다.

단체에서 개별 관광으로 방한객 흐름이 바뀌자, 유통가에서는 편의점 및 아울렛 등이 개별 외국인 여행객 수요를 공략하는 새로운 강자로 떠오르고 있다.

실제 편의점의 경우, GS25에 따르면 지난해 자사가 제공하는 외국인 환전 서비스 이용자 수는 전년 대비 18배

증가했다. 같은 기간 텍스리펀드 이용률도 전년 대비 93% 늘었으며, 알리페이 및 위챗페이 등 외국인 결제 수단 이용 건수 역시 전년 대비 126.7% 증가했다.

이에 편의점은 간편결제 및 통역 서비스를 중심으로 매출 확대를 노린다는 전략이다.

대표적으로 편의점 GS25는 올해 개별 외국인 방문객을 위해 신규 환전 키오스크를 도입한다. '더즌 환전 키오스크'를 새롭게 도입하고 달러, 엔화, 유로, 위안 등 15개국 외화를 원화로 환전할 수 있는 서비스를 24시간 제공한다.

동시에 BGF리테일이 운영하는 편의점 CU는 업계 최초로 인공지능(AI) 통역 서비스를 도입한다. 기존 점포에서 사용하고 있던 휴대용 단말기(PDA)에 영어, 일본어, 중국어뿐만 아니라 체코어, 힌디어, 스와힐리어까지 총 38가지의 언어를 통역할 수 있는 인공지능 기술을 적용해 외국인 고객 응대에 나선다는 방침이다.

아울렛 역시 인프라 확충을 통해 개별 여행객 수요 잡기에 나선다.

신세계사이언이 운영하는 여주 프리

미엄 아울렛은 국내 인바운드 전문 여행사 하나투어와 손잡고 '여주 프리미엄 아울렛 원데이 쇼핑 투어' 상품 운영을 시작한다. 대표적으로 해외 관광객이 많이 모이는 서울 홍대와 명동을 거쳐 여주 프리미엄 아울렛에 도착하는 직통버스 운행 서비스를 제공한다. 외국인 고객 전용으로 브랜드 할인 쿠폰을 제공하는 '세이빙스 패스포트' 등의 프로모션도 진행한다.

현대프리미엄아울렛 동대문점 역시 지난 2월 건물 2층 전체를 '서울 에디션' 콘셉트로 새롭게 리뉴얼했다. 서울 에디션은 서울의 현대적인 감각을 한 곳에서 체험할 수 있는 공간으로, 방한 외국인들이 한국 문화를 다양하게 체험할 수 있는 것이 특징이다.

업계 관계자는 "이제는 단체가 아닌 개별의 형태로 여행객들이 한국 문화를 즐기려는 체험형 소비를 하고 있다"며 "그런 측면에서 단체 관광객을 중심으로 고가 소비를 유도하는 면세점보다는, 한국만의 식문화 및 패션 등을 부담 없이 즐길 수 있는 편의점이나 아울렛 등이 경쟁력을 확보하고 있는 것 같다"고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

홈플러스 "직원 퇴직금, 차질없이 전액 지급" "서울모빌리티쇼에서 '벨리곰' 만나보세요"

퇴직연금 사외적립금 1100억 미납
내년 2월까지 367억 우선 납부 방침



서울 시내 한 홈플러스 전경 /뉴스시스

홈플러스가 회생 절차로 인한 단기 유동성 부족으로 2025년 적립 예정이었던 퇴직연금 사외 적립금 1100억원을 미납했다고 밝혔다. 회사 측은 미납 적립금의 3분의 1을 우선 납부하고, 나머지는 회생계획에 반영해 차질 없이 적립할 계획이다.

홈플러스는 그동안 퇴직연금 적립금을 15개 금융기관에 분산해 운용해 왔다. 지난해까지 적립금을 100% 납입했으나, 올해 3월 초 기업회생 절차에 들어간 이후 단기 유동성 부족으로 납입

에 차질이 생겼다.

미납 금액은 총 1100억원이다. 2025년 납부 예정이던 적립금 540억원과 지난해 12월 대법원의 통상임금 기준 변경 판결로 발생한 추가 적립금 560억원

이 포함됐다. 현재 적립률은 83%로 알려졌다.

이에 홈플러스는 오는 2026년 2월까지 미납 적립금의 3분의 1에 해당하는 367억원을 우선 납부할 방침이다. 잔여 미납금과 통상임금 판결로 발생한 2025년 추가 납부액도 회생계획안에 포함해 차질 없이 처리할 예정이다.

홈플러스 관계자는 "직원의 급여와 퇴직금은 최우선 번째 대상인 만큼 문제없이 전액 지급될 것"이라며 "회사 사정으로 퇴직연금 문제로 직원들에게 불필요한 걱정을 끼쳐 죄송하다"고 말했다.

/안재선 기자

롯데홈쇼핑 모빌리티 분야 점점 확대



롯데홈쇼핑의 캐릭터 '벨리곰'이 '2025 서울 모빌리티쇼'에 참여해 롯데관의 자율주행차를 소개하고 있는 모습 /롯데홈쇼핑

롯데홈쇼핑이 자사 그룹 캐릭터 '벨리곰'을 통해 이달 13일까지 경기도 고양시 킨텍스에서 열리는 국내 최대 모빌리티 전시회 '2025 서울모빌리티쇼'에 참여한다고 6일 밝혔다.

롯데홈쇼핑은 그룹의 혁신 기술을 소개하는 롯데관에서 '벨리곰'의 디자인을 활용한 조형물, 그래픽, 굿즈 등을 선보인다. 벨리곰은 커다란 곰인형 캐릭터로, 롯데월드를 비롯한 롯데 계열 브랜드의 공식 마스코트다.

롯데홈쇼핑에 따르면, 가장 먼저 롯데관 출입구에 3미터 크기의 '벨리곰' 조형물을 전시해 포토존을 마련한다. 이 외에도 자율주행차 등 전시물에 벨리곰 디자인 그래픽을 부착했으며, 롯데그룹의 메타버스 플랫폼 '칼리버스'로 구현된 자율주행 체험 콘텐츠에도 벨리곰 이미지를 활용했다.

이번 기획은 벨리곰의 활동 범위를

미래 모빌리티 분야로 확장하며 팬들과의 접점을 넓히기 위한 것이라는 게 롯데홈쇼핑 측 설명이다.

전시, 팝업스토어 등 오프라인 행사에서 친근한 이미지로 인기를 얻은 벨리곰을 활용해 롯데그룹의 모빌리티 기술을 쉽고 재미있게 전달한다는 계획이다.

/안재선 기자

코카-콜라
토레타 신규 광고 공개

코카-콜라의 이온보충음료 '토레타!'가 봄 시즌을 맞아 에스파 멤버 '윈터'와 함께한 새로운 광고 영상을 7일 공개한다.

이번 광고는 '가벼운 이온실천'을 테마로 따사로운 봄 햇살 아래 윈터의 일상 속 수분 충전 루틴을 담아내며 '토레타!'만의 싱그러움을 강조한다.

일상속 떠나는 순간을 조명한 이번 광고는 가볍게 흘린 땀이 오늘의 나를 채워'라는 메시지를 광고 두 편에 담았다.

새로운 광고는 7일부터 코카-콜라 공식 유튜브 채널과 인스타그램 등을 통해 만나볼 수 있다. 추후 메이킹 영상으로 촬영 당시 현장 분위기와 윈터의 비하인드컷, 인터뷰 등을 공개할 예정이다. /신원선 기자 tree6834@

쿠광, 중소 제조 파트너사 630곳 협력

"다양한 가성비 제품 선보일 것"

쿠광은 자회사 '씨피엘비(CPLB)'와 협력하는 전국 중소 제조 파트너사 수가 지난해 말 기준 630곳으로 늘었다고 6일 밝혔다. 씨피엘비는 쿠광의 자체 브랜드(PB) 상품을 개발하고 관리하는 자회사다.

쿠광에 따르면, 씨피엘비와 협력하는 중소 제조사는 꾸준히 증가하고 있다. 2019년 약 160곳이던 파트너사 수는 2021년 380여 곳으로 늘었으며, 2023년 말에는 550곳을 넘어섰다.

쿠광은 중소 제조사들이 지난해 매출이 전년 대비 약 20% 증가하면서 고용 창출 효과도 커졌다고 분석했다. 쿠광 자체 브랜드 상품의 판매

증가가 중소 제조사의 매출 성장으로 이어지며, 이를 통해 고용 확대와 지역 경제 활성화에 기여한다는 설명이다.

실제 올해 2월 기준, 쿠광 씨피엘비와 협력하는 중소 제조사들의 고용 인원은 2만 7000명으로, 지난해 초 대비 4000명 증가했다. 업체 수 증가율 대비 최대 인력 증가폭이다.

씨피엘비 관계자는 "중소 제조사들이 성장할수록 고용이 늘어나고 지역 경제까지 활성화되는 선순환 구조가 만들어지고 있다"며 "앞으로도 양질의 제품을 제조하는 다양한 파트너사들을 발굴해 다양한 가성비 제품을 고객들에게 선보일 것"이라고 말했다.

/안재선 기자

롯데백, '디스턴스' 팝업스토어 운영

잠실점 월드몰 지하 1층... 21일까지

롯데백화점은 이달 21일까지 잠실점 월드몰 지하 1층에서 '디스턴스' 팝업스토어를 운영한다고 6일 밝혔다.

디스턴스는 씨엘르, 백퍼센트, 순도 등 글로벌 러닝 브랜드를 한데 모은 러닝 편집숍으로, 의류, 모자, 시계, 운동화 등 다양한 러닝용품 선보인다.

특히, 이번 팝업스토어에서는 캐나다 브랜드 씨엘르가 2025년 봄-여름 시

즌 전 상품을 최초로 공개한다. 미국 브랜드 백퍼센트는 '레제르', '하이퍼크래프트' 등 선글라스 라인을 선보이며, 핀란드 브랜드 순도는 시계 구매 고객에게 시계줄(스트랩)을 증정한다.

롯데백화점은 팝업스토어 오픈을 기념해 다양한 마련했다. 브랜드별로 전 품목 최대 20% 할인 혜택을 제공하며, 일정 금액 이상 구매 고객에게는 추천 상품을 증정한다.

/안재선 기자